« Notre encépagement s'adapte aux marchés »

Au château Saint-Nabor, à Cornillon dans le Gard, Jérémie et Raphaël Castor ont décidé de restructurer leur vignoble en fonction de l'attente des consommateurs. Retour sur leur stratégie.

En remplaçant un sixième de leur parcellaire en six ans, ils espèrent mieux coller aux demandes du marché, grâce à une réflexion menée en amont du projet

Pour Jérémie et Raphaël Castor, gérants du château Saint-Nabor, à Cornillon dans le Gard, renouveler leur vignoble n'est pas seulement une étape essentielle pour assurer la pérennité de leur production. C'est aussi une étape éminemment stratégique. En remplaçant un sixième de leur parcellaire en six ans, ils espèrent mieux coller aux demandes du marché, grâce à une réflexion menée en amont du projet.

En janvier 2013, ils succèdent à leur père, Gérard, devenant ainsi la sixième génération à la tête de cette cave particulière. Ils font alors face à une double problématique. « *D'un côté, le vignoble était vieillissant,* explique Raphaël Castor, le cadet des deux frères. *Comme partout en France, les maladies du bois font durement ressentir leurs effets. Et d'un autre côté, nous avions besoin de rajeunir notre gamme et de l'étoffer.* » La restructuration était clairement nécessaire pour maintenir le potentiel de production. Mais dans l'idée, le but est même de l'augmenter, sans avoir à s'agrandir. Car la demande est croissante et les marchés de plus en plus nombreux. L'arrivée de Jérémie sur le domaine il y a sept ans n'y est d'ailleurs pas étrangère. Après une première expérience en Californie, il rentre en France avec deux avantages non négligeables : des contacts locaux et une parfaite maîtrise de la langue de Shakespeare. Aujourd'hui, 10 % des volumes partent vers les États-Unis, et le domaine commence à percer au Canada.

Multiplier les débouchés pour réduire la dépendance à la grande distribution

« *Historiquement nous travaillions en majeure partie avec la grande distribution (GD),* explique Raphaël Castor. *Nous pourrions jouer la facilité et tout vendre en GD, mais il n'est pas forcément bon d'avoir tous ses œufs dans le même panier. Nous souhaitons donc conserver nos marchés actuels tout en augmentant la part de l'export.* » Pour choisir les cépages à replanter, les propriétaires ont commencé par étudier les tendances de consommation de leurs acheteurs. À l'international, les produits majoritairement demandés sont des rosés légers et fruités, faciles à boire, et du rouge haut de gamme. En grande distribution, les volumes sont répartis entre les côtes-du-rhône rouge et blanc « génériques » et l'IGP rosé.

Dans leur réflexion, les exploitants n'ont pas non plus oublié le marché local. Car le caveau, situé dans la région touristique de la vallée de la Cèze, représente tout de même 15 % des ventes. « *Le viognier est toujours plus à la mode. Nous sommes en rupture de stock tous les ans. D'autre part, on nous demande régulièrement du merlot au caveau, et lorsque l'on répond que le domaine n'en produit pas, les clients repartent sans même goûter les autres vins. Ce sont des clients perdus bêtement* », analyse Raphaël Castor.

La première phase de restructuration s'est déroulée de 2012 à 2015, dans le cadre du plan collectif mis en place par le syndicat des côtes-du-rhône. Quinze hectares, dont dix d'AOC et cinq d'IGP, ont été arrachés puis replantés.

Le marselan fait son apparition sur les parcelles AOC

Adieu carignans, mourvèdres, grenaches à petit rendement et vieilles syrahs. En lieu et place, se dressent maintenant du marselan, du cinsault, du viognier ou encore du merlot. Ces deux derniers serviront principalement à honorer les demandes du caveau. Plantés dans la plaine, sur terrain profond et frais, ils sont appelés à faire des vins faciles à boire, fruités et gourmands. Le cinsault, destiné à du pressurage direct, répond à la politique d'augmentation de production de rosé. Une couleur dont la demande est toujours croissante et qui représente depuis peu plus de 30 % des volumes du domaine. Le marselan quant à lui, entrera dans la composition du côtes-du-rhône rouge. « *C'est un cépage très qualitatif qui donne des vins de couleur intense, avec des arômes de fruits mûrs. C'est tout à fait ce dont nous avons besoin. Le marselan présente tous les avantages du grenache, mais sans les défauts* », avoue Raphaël Castor. Dans ses propos, pointe une certaine lassitude quant à la fragilité du grenache. « *Il attrape toutes les maladies possibles et imaginables. Le marselan lui, est beaucoup moins sensible à la pourriture et à la coulure. Cela nous permettra de faire des vins de qualité équivalente voire supérieure, tout en sécurisant nos rendements* », ajoute-t-il. Seul problème dudit cépage, et pas des moindres, il n'est pas très adapté aux sols peu profonds, secs et caillouteux. Sur les parcelles de côtes-du-rhône village en coteaux, la replantation a donc été faite en grenache et syrah, permettant au passage de continuer à respecter le cahier des charges des côtes-du-rhône (30 % de grenache minimum).

Le domaine misera sur le caladoc lors des prochaines plantations

En 2016, le domaine entre dans sa deuxième phase de restructuration, dans le cadre du nouveau plan collectif 2016-2018. Cette fois-ci, elle portera sur dix hectares, sept d'AOC et trois d'IGP. Au programme des replantations, toujours du marselan pour les côtes-du-rhône, et du caladoc pour les IGP. « *C'est un cépage qui fait de très bons rosés*, estime Raphaël Castor, *on est sur une qualité proche du grenache. Il donne des vins légers, frais, amyliques, tout à fait dans la tendance. En plus il est très productif, nous pourrons atteindre les 90 hectolitres par hectare sans sourciller.* » C'est par ailleurs, de même que le marselan, un cépage régulier, et ce dès les premières années. Autre nouveauté, le vigneron souhaite planter un demi-hectare de muscat petit grain, dans le but de réaliser un effervescent. « *Le but est d'innover, de proposer un produit de plus dans notre gamme. Et puis ce sera aussi une cuvée pour se faire plaisir !* », annonce-t-il. Pour lui, il faut pouvoir répondre à tous les goûts, pour ne perdre aucun marché. D'autant plus que les vins effervescents ont le vent en poupe, et que le cépage choisi produit des vins très fruités et expressifs, correspondant aux attentes actuelles. D'ici trois ans, Jérémie et Raphaël Castor devraient disposer d'une gamme de onze vins dont trois blancs, trois rosés, quatre rouges et un effervescent. Et ils auront retrouvé un potentiel de production permettant de contenter l'ensemble de leurs marchés, que ce soit quantitativement ou qualitativement.

XAVIER DELBECQUE

RAPHAEL CASTOR PLANTE DU CALADOC, plus productif que le grenache et dont les rosés sont légers et amyliques.

LA GAMME DU CHÂTEAU SAINT-NABOR contiendra bientôt un merlot et un muscat en plus, pour satisfaire la clientèle du caveau.

PHOTOS : F. CHAUDIER ; X. DELBECQUE

repères

EARL Vignobles de Saint-Nabor, à Cornillon (Gard)

- **Superficie** 150 hectares, dont la moitié en AOC
- **AOC** côtes-du-rhône
- **IGP** Oc et Gard
- **Production annuelle** 7 500 hectolitres soit un million de cols
- **Nombre de salariés** 4 permanents
- **Circuits de commercialisation** 70 % en grande distribution, puis vente directe et export
- **Prix de vente** de 3 à 6,5 euros la bouteille TTC caveau

PHOTO : X. DELBECQUE

avis d'expert

FABRICE CHAUDIER, gérant de Némésis conseil, spécialiste des marchés viticoles

Un bon exemple de la réflexion liant amont et aval

« Il y a là deux réflexions très intéressantes. L'une sur la liaison entre l'amont et l'aval et l'autre sur le rendement. Ce deuxième point est pertinent : c'est une démarche peu relayée au niveau syndical et interprofessionnel, et pourtant essentielle pour assurer la rentabilité des exploitations. On entend souvent qu'il faut réguler le marché par la réduction des rendements et le gain de qualité, alors que nous avons les outils aujourd'hui pour produire le maximum autorisé en ayant de bons vins. Le fait de produire en fonction des attentes du marché est une bonne chose, mais il faut faire attention à ne pas dépasser certaines limites. D'abord parce que le consommateur a une approche plus complexe qu'il n'y paraît : il boira du rosé frais et léger s'il fait chaud, par exemple, il y a un côté diversifiable aléatoire. Ensuite parce que faire le produit demandé par les distributeurs peut amener à la standardisation, et le modèle industriel dans le domaine du vin n'a pas montré sa pertinence. Par ailleurs, élargir sa gamme présente effectivement un aspect positif, mais cela peut vite coûter cher si la production d'une cuvée reste très marginale. »